

ABSTRAK

Asrori, Nidhom M : 2013 SKRIPSI. Judul. *Strategi bauran promosi pada produk cat duta paint Cv Dharma Utama Batu* . Skripsi, Jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Malang.

Pembimbing : Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag

Kata Kunci : Bauran Promosi

Dengan semakin cepatnya pertumbuhan perekonomian suatu negara, tingkat persaingan di dunia industri juga semakin ketat, termasuk di industri properti. Agar bisa bertahan di pasar, produsen harus bisa mendistribusikan produknya hingga mampu menjangkau ke tempat yang paling dekat dengan konsumen agar produk tersebut dapat dinikmati secara cepat. Agar dapat bertahan di tengah persaingan itu, mereka harus mempunyai strategi bauran promosi yang tepat. Di tengah persaingan dan berbagai hambatan yang harus dihadapi oleh produsen cat dalam kegiatan komunikasi pemasarannya, mereka berupaya untuk memilih strategi yang mereka anggap paling jitu. Misalnya, banyak produsen cat yang rela mengeluarkan anggaran yang besar dengan iklan durasi panjang atau dengan mendukung event-event besar. Namun tidak demikian dengan CV Dharma Utama yang lebih memilih komunikasi langsung dengan konsumen dalam strategi bauran promosi mereka.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan bagaimana strategi bauran promosi yang diterapkan CV Dharma Utama dalam memasarkan cat tembok Duta Paint agar dapat menjadi cat tembok pilihan konsumen, serta bagaimana implikasi penerapan strategi bauran promosi untuk kelangsungan hidup perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data dari penelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebelum menentukan strategi bauran promosinya, CV Dharma Utama melakukan berbagai analisis, baik internal maupun eksternal. Setelah melihat berbagai pertimbangan yang mendasarinya, maka ditetapkan strategi bauran promosi yang meliputi tujuan, pelaksana, pesan, media, audiens, waktu, anggaran, dan evaluasi. Sedangkan dalam aplikasi bauran promosinya, CV Dharma Utama menggunakan elemen promosi secara terintegrasi, yang meliputi iklan, promosi penjualan, *personal selling*, dan hubungan masyarakat.